

RINGKASAN

FEBY AKEDA, 0910440274. Analisis Efisiensi Pemasaran Mangga (*Mangifera Indica L.*) Melalui Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan (SPAKU) (Studi Kasus di Desa Oro-oro Ombo Wetan, Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan). Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. M. Muslich M. MSc. dan Fitria Dina Riana, SP., MP.

Salah satu bagian dari sektor pembangunan pertanian adalah hortikultura seperti buah. Jawa Timur sangat berpotensi untuk di budidayakan tanaman buah khususnya mangga. Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra mangga di Jawa Timur yang terletak pada Desa Oro-oro Ombo Wetan, Kecamatan Rembang.

Pada daerah penelitian terdapat 2 cara dalam dalam kegiatan pemasaran yakni petani yang melakukan kegiatan pemasaran melalui kelompok tani di SPAKU dan petani yang menjual hasil mangga sendiri yakni Non SPAKU. Pada proses pemasaran mangga SPAKU melalui beberapa lembaga pemasaran, dimulai dari petani sampai ke pedagang pengecer yang pada akhirnya berhubungan dengan konsumen, hal ini akan berpengaruh terhadap pendapatan petani dan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Mata rantai perdagangan mangga yang cukup panjang ini menjadi kendala peningkatan pendapatan petani. Kegiatan usahatani yang dilakukan juga berbeda sehingga rata-rata pendapatan petani akan berbeda, selain itu harga jual, biaya produksi dan pengalaman berusahatani merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan petani, apabila salah satu faktor tidak tersedia maka tujuan untuk meningkatkan pendapatan pun tidak akan tercapai.

Metode yang digunakan adalah 1) saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, *product reference*, margin pemasaran, *share* harga, rasio keuntungan atas biaya pemasaran mangga, efisiensi harga, efisiensi operasional, indeks efisiensi 2) analisis uji beda rata-rata 3) analisis regresi linier berganda dengan dummy variabel.

Hasil penelitian dari menganalisis tingkat efisiensi pemasaran mangga yang dilakukan petani mangga melalui melalui SPAKU dan NON SPAKU dilihat dari saluran pemasaran, Non SPAKU memiliki saluran pemasaran yang lebih pendek sedangkan pada fungsi-fungsi pemasaran, petani yang melakukan pemasaran melalui SPAKU melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran lebih lengkap dibandingkan Non SPAKU. Pada *product reference* SPAKU memiliki penyusutan mangga yang lebih besar disebabkan oleh jarak yang jauh dari produsen ke konsumen selain SPAKU memiliki margin lebih besar dibandingkan Non SPAKU sehingga *share* harga pada petani Non SPAKU lebih tinggi dibandingkan SPAKU, namun dilihat dari rasio keuntungan dan biaya, petani yang melakukan pemasaran melalui SPAKU memiliki keuntungan lebih besar dibandingkan Non SPAKU. Pada efisiensi harga dan operasional baik petani SPAKU dan Non SPAKU sudah efisien dilihat dari selisih harga antar lembaga pemasaran lebih besar daripada biaya rata-rata tenaga kerja. Dilihat dari indeks efisiensi pemasaran nilai Non SPAKU lebih tinggi dibandingkan SPAKU, namun volume permintaan mangga dan keuntungan yang didapatkan petani yang melakukan pemasaran melalui SPAKU lebih tinggi dibandingkan Non SPAKU, sehingga dari analisis efisiensi pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran

melalui SPAKU lebih efisien dibandingkan Non SPAKU karena kriteria utama efisiensi pemasaran adalah keuntungan produsen dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan tujuan yang kedua yakni menganalisis besarnya pendapatan petani mangga melalui SPAKU dan Non SPAKU didapatkan hasil rata-rata pendapatan usahatani petani yang melakukan pemasaran melalui SPAKU lebih tinggi dibandingkan Non SPAKU. Rata-rata pendapatan SPAKU sebesar Rp 68.306.250,00 sedangkan Non SPAKU sebesar Rp 45.979.772,73.

Hasil dari menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani mangga melalui SPAKU dan NON SPAKU adalah petani yang memasarkan hasil mangga melalui SPAKU memiliki fungsi pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan Non SPAKU artinya variabel harga jual (X_1), biaya produksi (X_2), pengalaman berusahatani (X_3) dan keikutsertaan anggota SPAKU (D_1) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran mangga yang lebih efisien adalah pemasaran melalui SPAKU dan pendapatan yang diterima juga lebih besar dibandingkan Non SPAKU. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani yakni harga jual, biaya produksi, pengalaman berusahatani serta keikutsertaan anggota SPAKU berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan.

